

**PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL TIKTOK UNTUK
MENARIK MINAT BELI PRODUK HUNGRY JOSS
KOTA PRABUMULIH**



LAPORAN AKHIR

**Dibuat Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Menyelesaikan
Pendidikan Diploma III Pada Jurusan Administrasi Bisnis
Program Studi Administrasi Bisnis
Politeknik Negeri Sriwijaya**

OLEH:

**Miranda Putri
NPM 062230601329**

**PROGRAM STUDI DIII ADMINISTRASI BISNIS
JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI SRIWIJAYA
2025**

**PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL TIKTOK UNTUK
MENARIK MINAT BELI PRODUK HUNGRY JOSS
KOTA PRABUMULIH**



LAPORAN AKHIR

**OLEH :
MIRANDA PUTRI
NPM 062230601329**

Menyetujui,

Pembimbing I,

**Dr. A. Jalaluddin Sayuti, S.E. M.Hum.Res.M.
NIP 196008061989101001**

**Palembang, Juli 2025
Pembimbing II,**

**Mahmud Juhianto, M.Psi.
NIP 199606042022031018**

Mengetahui,

**Ketua Jurusan
Administrasi Bisnis,**

**Dr. Sari L. Z. Ridho, S.E., M. Ec., CHE.
NIP 197705212006042001**

**Koordinator Program Studi
DIII Administrasi Bisnis**

**Dwi Riana, S.E., M.AB.
NIP 199010202022032010**

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Miranda Putri

NPM : 062230601329

Jurusan/Program Studi : DIII Administrasi Bisnis/Administrasi Bisnis

Mata Kuliah : Kewirausahaan

Judul Laporan Akhir : Pemanfaatan Media Sosial Tiktok Untuk Menarik Minat
Beli Produk Hungry Joss Kota Prabumulih

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Laporan yang saya buat dengan judul sebagaimana tersebut di atas beserta isinya merupakan hasil penelitian saya sendiri.
2. Laporan Akhir ini bukanlah plagiat/salinan Laporan Akhir milik orang lain.
3. Apabila Laporan Akhir saya plagiat/menyalin Laporan Akhir milik orang lain maka saya menerima sanksi berupa pembatalan Laporan Akhir beserta konsekuensinya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya untuk diketahui oleh pihak-pihak yang berkepentingan.

Palembang,.....Juli..... 2025

Yang membuat pernyataan,



Miranda Putri
NPM 062230601329

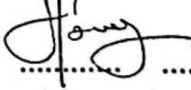
LEMBAR PENGESAHAN

Nama : Miranda Putri
NPM : 062230601329
Jurusan/Program Studi : DIII Administrasi Bisnis/Administrasi Bisnis
Mata Kuliah : Kewirausahaan
Judul Laporan Akhir : Pemanfaatan Media Sosial Tiktok Untuk Menarik Minat Beli Produk Hungry Joss Kota Prabumulih

Telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji Laporan Akhir
Jurusan Adminstrasi Bisnis Program Studi Adminstrasi Bisnis
dan dinyatakan LULUS

Pada Hari: Jum'at
Tanggal: 01 Agustus 2025

TIM PENGUJI

<u>No.</u>	<u>Nama</u>	<u>Tanda Tangan</u>	<u>Tanggal</u>
1.	Dr. A. Jalaluddin Sayuti, S.E., M.Hum. Res.M Ketua Penguji		22/7/2025
2.	Silvana Oktanisa, S.IP., M.Si Anggota Penguji		23/7/2025
3.	Heni Yuvita, M.Si Anggota Penguji		25/7/2025

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO:

“Life can be heavy, especially if you try to carry it all at once, part of me growing up and moving into new chapters of your life is about catch and release, what I mean by that is, knowing what things to keep and what things to release. You can’t carry all things, all grudges, decide what is yours to hold and let the rest go.” -Taylor Swift

Persembahan Kepada:

- ❖ Kedua Orang Tua Tercinta
Bapak Heffi Juliansyah dan
Ibunda Ellyta
- ❖ Saudara/i Tersayang
- ❖ Dosen Pembimbing
- ❖ Teman Seperjuangan 6NL 2022
- ❖ Almamater

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan yang Maha Esa atas segala nikmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Laporan Akhir yang berjudul “Pemanfaatan Media Sosial Tiktok Untuk Menarik Minat Beli Produk Hungry Joss”. Adapun tujuan Laporan Akhir ini dibuat untuk memenuhi syarat wajib menyelesaikan Program Diploma III pada Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.

Dalam penulisan Laporan Akhir ini akan membahas bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi minat beli konsumen melalui media promosi TikTok, dengan studi kasus pada UMKM Hungry Joss yang berlokasi di Kota Prabumulih .

Penulis menyadari bahwa Laporan Akhir ini masih banyak terdapat kekurangan dan masih jauh dari kesempurnaan baik segi penyajian maupun segi pembahasannya. Hal ini dikarenakan keterbatasan kemampuan dan ilmu yang penulis miliki. Untuk ini, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran dari pembaca yang bersifat membangun demi perbaikan di masa yang akan datang.

Akhir kata penulis ucapkan terima kasih untuk semua pihak yang telah memberikan bantuan dan dukungan dalam penyusunan Laporan Akhir ini.

Palembang, 2025

Penulis

UCAPAN TERIMA KASIH

Dalam penulisan laporan Kerja Praktik ini kami mengucapkan syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya sehingga laporan akhir ini dapat diselesaikan tepat waktu. Penulisan laporan akhir ini juga terwujud berkat adanya bimbingan, sarana dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Bapak Ir. Irawan Rusnadi, MT., Selaku Direktur Politeknik Negeri Sriwijaya.
2. Ibu Dr. Sari Lestari Zainal Ridho, S.E., M.Ec., CHE., Selaku Kepala Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.
3. Bapak Andriansyah Bari, S.IP., M.AB selaku Sekretaris Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.
4. Ibu Dwi Riana, S.E., M.AB selaku Ketua Program Studi DIII Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.
5. Bapak Dr. A. Jalaluddin Sayuti, S.E. M.Hum.Res.M Selaku Dosen Pembimbing I yang telah membantu, membimbing, dan mengarahkan penulis dalam menyelesaikan Laporan Akhir.
6. Bapak Mahmud Junianto, M.Psi Selaku Dosen Pembimbing II yang telah membantu, membimbing, dan mengarahkan penulis dalam menyelesaikan Laporan Akhir.
7. Kepada seluruh Dosen pengajar dan Staf Jurusan Administrasi Bisnis yang telah banyak membantu memberikan ilmu kepada penulis selama penulis berkuliah di Politeknik Negeri Sriwijaya.
8. Bapak Dwi Fajar dan Ibu Khopifah Tiara selaku pemilik UMKM Hungry Joss, yang telah mengizinkan penulis untuk meneliti dan mengambil data pada UMKM Hungry Joss.
9. Papa dan Mama tercinta, H. Heffi Juliansyah, S.H dan Hj. Ellyta, Am.Keb, dua orang yang sangat berjasa dalam hidup penulis, Terimakasih atas doa, cinta dan kepercayaan dan segala bentuk yang telah diberikan, sehingga penulis merasa terdukung di segala pilihan dan keputusan yang diambil oleh penulis, serta tanpa lelah mendengar keluh kesah penulis hingga di titik ini. Semoga Allah SWT memberikan keberkahan di dunia serta tempat terbaik di

akhirat kelak, karena telah menjadi figur orang tua terbaik bagi penulis. Sehat selalu dan hiduplah lebih lama lagi karena papa dan mama harus selalu ada disetiap perjalanan dan pencapaian hidup penulis.

10. Saudari perempuan saya Muetia Safira, Amd. Kom dan Saudara Laki-laki saya M. Raka Prasetyo yang selalu memberikan masukan dan mendukung penulis untuk menyelesaikan Laporan Akhir dengan baik.
11. Sahabat-sahabat penulis yang telah memberikan dukungan dan semangat kepada penulis dalam pembuatan Laporan Akhir.
12. Semua rekan mahasiswa Politeknik Negeri Sriwijaya khususnya teman-teman kelas 6NL yang telah banyak memberikan semangat dukungan dan saran kepada penulis.
13. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang telah memberikan bantuan dalam penulisan laporan ini.
14. Dan yang terakhir, kepada diri saya sendiri. Miranda Putri. Terimakasih sudah bertahan sejauh ini. Terimakasih tetap memilih berusaha dan merayakan dirimu sendiri sampai di titik ini, walau seringkali merasa putus asa atas apa yang diusahakan dan belum berhasil, namun terimakasih tetap menjadi manusia yang selalu mau berusaha dan tidak lelah mencoba. Rayakan apapun dalam dirimu dan jadikan dirimu bersinar dimanapun tempatmu bertumpu.

Akhir kata penulis mengucapkan terima kasih banyak pada semua pihak yang telah memberikan bantuan dan bimbingan kepada penulis, semoga Allah SWT. membalas semua kebaikan yang telah diberikan dan semoga kita selalu mendapat perlindungan-Nya. Aamiin.

Palembang, Juli 2025

Penulis

ABSTRAK

Laporan akhir ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang memengaruhi minat beli konsumen terhadap produk Hungry Joss melalui media sosial TikTok. Penelitian ini dilakukan pada UMKM Hungry Joss yang berlokasi di Kota Prabumulih dan memanfaatkan TikTok sebagai media promosi utama. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik pengumpulan data berupa penyebaran kuesioner kepada 62 responden yang merupakan pengikut akun TikTok Hungry Joss. Teknik analisis data yang digunakan adalah statistik deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa lima faktor utama yang berkontribusi terhadap peningkatan minat beli konsumen adalah: (1) konten yang relevan dan dipersonalisasi, (2) keaslian dan kepercayaan merek, (3) pengambilan keputusan berbasis data dan analitik, (4) keterlibatan dan interaksi, serta (5) influencer marketing. Faktor konten yang relevan dan dipersonalisasi memperoleh nilai tertinggi dengan rata-rata 26,69, menunjukkan bahwa konsumen lebih tertarik pada konten yang sesuai dengan kebutuhan dan tren mereka. Promosi melalui TikTok terbukti efektif dalam meningkatkan visibilitas produk dan menarik perhatian konsumen, terutama dari kalangan Generasi Z.

Kata Kunci: TikTok, Minat Beli, UMKM, Promosi Digital, Hungry Joss.

ABSTRACT

This final report aims to identify the factors that influence consumer purchase intention toward Hungry Joss products through the use of TikTok as a promotional platform. The research was conducted on the Hungry Joss MSME (Micro, Small, and Medium Enterprise) located in Prabumulih City, which actively uses TikTok for marketing. This study employed a quantitative approach, with data collected through questionnaires distributed to 62 respondents who follow the Hungry Joss TikTok account. The data were analyzed using descriptive statistics. The results indicate five key factors contributing to increased consumer purchase interest: (1) relevant and personalized content, (2) brand authenticity and trust, (3) data-driven decision-making, (4) engagement and interaction, and (5) influencer marketing. The factor of relevant and personalized content received the highest average score of 26.69, suggesting that consumers are more attracted to content that aligns with their needs and current trends. Promotion via TikTok proved to be effective in enhancing product visibility and capturing consumer attention, particularly among Generation Z.

Keywords: *TikTok, Purchase Intention, MSMEs, Digital Promotion, Hungry Joss.*

DAFTAR ISI

	HALAMAN
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
SURAT PERNYATAAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
UCAPAN TERIMA KASIH	vii
ABSTRAK.....	ix
ABSTRACT	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 LATAR BELAKANG.....	1
1.2 RUMUSAN MASALAH.....	7
1.3 RUANG LINGKUP PEMBAHASAN	7
1.4 TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN.....	7
1.4.1 Tujuan Penelitian.....	7
1.4.2 Manfaat Penelitian.....	7
1.5 METODE PENELITIAN.....	8
1.5.1 Pendekatan Penelitian	8
1.5.2 Jenis dan Sumber Data	8
1.5.3 Teknik Pengumpulan Data	9
1.5.4 Populasi dan Sampel	10
1.5.5 Analisis Data	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1 MEDIA SOSIAL.....	12
2.1.1 Pengertian Media Sosial.....	12

2.1.2 Aspek Efektivitas Pemasaran Melalui Media Sosial.....	12
2.2 TIKTOK	13
2.2.1 Pengertian TikTok.....	13
2.2.2 Fitur-Fitur Aplikasi TikTok	15
2.2.3 Manfaat Aplikasi Tiktok	17
2.3 MINAT BELI	17
2.3.1 Pengertian Minat Beli.....	17
2.3.2 Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli	18
2.3.3 Aspek-Aspek Minat Beli.....	18
BAB III KEADAAN UMUM PERUSAHAAN	21
3.1 SEJARAH SINGKAT PERUSAHAAN.....	21
3.2 VISI, MISI DAN LOGO PERUSAHAAN	22
3.2.1 Visi Perusahaan	22
3.2.2 Misi Perusahaan	22
3.2.3 Logo Perusahaan	23
3.3 STRUKTUR ORGANISASI DAN PEMBAGIAN TUGAS	24
3.4 PROMOSI PRODUK HUNGRY JOSS MELALUI TIKTOK	25
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	27
4.1 PROFIL RESPONDEN.....	27
4.1.1 Profil Responden berdasarkan Jenis Kelamin.....	27
4.1.2 Profil Responden berdasarkan Generasi	28
4.2 UJI INSTRUMEN	28
4.2.1 Uji Validitas	28
4.2.2 Uji Reliabilitas.....	30
4.3 REKAPITULASI HASIL PENGOLAHAN DATA	31
4.4 KATEGORISASI DATA DAN INTERPRETASI.....	31
4.4.1 Konten yang Relevan dan Dipersonalisasi	32
4.4.2 Keaslian dan Kepercayaan Merek.....	33
4.4.3 Pengambilan Keputusan Berbasis Data dan Analitik.....	34
4.4.4 Keterlibatan dan Interaksi	34
4.4.5 Influencer Marketing.....	35
4.5 PEMBAHASAN	35
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	39
5.1 KESIMPULAN	39
5.2 SARAN	39
DAFTAR PUSTAKA.....	41

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Realisasi Penjualan UMKM Hungry Joss tahun 2023-2025	6
Tabel 1. 2 Skala Likert.....	9
Tabel 4. 1 Klasifikasi Responden Penelitian	27
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Penelitian.....	28
Tabel 4. 3 Hasil Uji Validitas	29
Tabel 4. 4 Hasil Uji Reliabilitas.....	30
Tabel 4. 5 Tabel Rekapitulasi.....	31
Tabel 4. 6 Data Konten yang Relevan dan Dipersonalisasi	32
Tabel 4. 7 Data Keaslian dan Kepercayaan Merek.....	33
Tabel 4. 8 Data Pengambilan Keputusan Berbasis Data dan Analitik	34
Tabel 4. 9 Data Keterlibatan dan Interaksi	34
Tabel 4. 10 Data Influencer Marketing.....	35

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Negara Pengguna Aplikasi TikTok Terbanyak di Dunia	3
Gambar 1. 2 Sosial media instagram Hungry Joss Prabumulih	4
Gambar 1. 3 Sosial Media Tiktok UMKM Hungry Joss Prabumulih	5
Gambar 3. 1 Logo Hungry Joss.....	23
Gambar 3. 2 Struktur Organisasi Perusahaan.....	24

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Surat Permohonan Pengambilan data
- Lampiran 2 Surat Pengantar Izin Pengambilan Data
- Lampiran 3 Surat Balasan Izin Pengambilan Data
- Lampiran 4 Kesepakatan Bimbingan Laporan Akhir (LA) Pembimbing I
- Lampiran 5 Kesepakatan Bimbingan Laporan Akhir (LA) Pembimbing II
- Lampiran 6 Lembar Bimbingan Laporan Akhir (LA) Pembimbing I
- Lampiran 7 Lembar Bimbingan Laporan Akhir (LA) Pembimbing II
- Lampiran 8 Rekomendasi Ujian Laporan Akhir
- Lampiran 9 Lembar Revisi Laporan Akhir
- Lampiran 10 Lembar Tanda Tangan Persetujuan Laporan Akhir
- Lampiran 11 Lampiran Kuesioner Penelitian
- Lampiran 12 Tabulasi Data Jawaban Responden
- Lampiran 13 Hasil Olah data SPSS